



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Cláudia Raquel Costa Rêgo

## **A Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições**



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Cláudia Raquel Costa Rêgo

## **A Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições**

Relatório de Estágio  
Mestrado em Ciências da Comunicação  
Área de Especialização em Publicidade e Relações Públicas

Trabalho realizado sob a orientação da  
**Professora Doutora Helena Sousa**

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## **Agradecimentos**

Neste espaço quero dirigir um especial agradecimento a todas aquelas pessoas que contribuíram para a realização deste projecto e que com o seu apoio tornaram mais simples a produção desta dissertação.

Desta forma quero agradecer:

- Aos meus pais, irmã, namorado e demais familiares que através das suas palavras de incentivo e gestos de dedicação foram dando força para que este projecto chegasse a bom porto;
- À Exma. Sra. Professora Doutora Helena Sousa, minha orientadora pedagógica, por todo o apoio prestado e por toda a disponibilidade que demonstrou em pôr ao meu dispor todo o seu conhecimento de forma a auxiliar-me neste período;
- Ao Exmo. Sr. Marco Marques, gestor do CEDT, que de forma simpática e acolhedora me recebeu e deu a oportunidade de realizar o meu Estágio curricular no Centro de Excelência em Desmaterialização de Transacções;
- À Exma. Sra. Elsa Ângelo, responsável pela administração do CEDT, que sempre se mostrou disponível para me auxiliar e dar todo o apoio necessário;

- À Exma. Sra. Isabel Cambão, directora da agência da Decisões e Soluções de Viana do Castelo, que se mostrou completamente disponível para responder às minhas questões e que desde a primeira abordagem se apresentou inteiramente disposta a colaborar e a cooperar naquilo que fosse necessário, não mostrando qualquer impedimento nas minhas deslocações à empresa.

## **Título:** A Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições

### **Resumo**

A Responsabilidade Social, como factor estratégico e de publicidade para uma Empresa/Instituição, tem vindo a ganhar cada vez mais adeptos e mais força no seio de uma organização, que vê neste meio uma forma de agradar às pessoas e de construir uma imagem mais saudável aos olhos da sociedade em geral. A Responsabilidade Social é acima de tudo a preocupação com o meio social, com as pessoas e com um mundo mais sustentável. Mas estará esse facto aliado apenas a uma estratégia de marketing, ou haverá na realidade interesse e preocupação com o meio ambiente e com o ser humano por parte das Empresas/Instituições? Estará a Responsabilidade Social a ser usada pelas organizações com a preocupação de contribuir para um mundo melhor e mais sustentável, ou será apenas vista como uma estratégia para alcançar uma imagem positiva, uma imagem de entidade preocupada com o meio social e com o nível de vida das pessoas, junto do público-alvo?

A Responsabilidade Social é uma obrigação de todos os intervenientes económicos e deve ser levada a cabo de forma a que se estabeleça um gradual melhoramento da qualidade de vida da população, tendo em vista uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo, que todos têm obrigação de levar a cabo, promovendo acções que garantam que esses objectivos sejam atingidos e cumpridos.

Contudo, por vezes, sabemos que de um modo geral, nem sempre assim acontece, na sociedade ainda existem demasiados erros e demasiada falta de consciência ambiental e de condições dignas de trabalho, e, muitas Empresas/Instituições não têm em conta essa mesma preocupação com o ambiente e com os seus colaboradores.

É neste sentido, que através de uma análise de factos e de um estudo empírico irei abordar esta questão.



## **Title: Social Responsibility in Companies/Institutions**

### **Abstract**

The Social Responsibility as a strategic factor and advertising for a company, has gained more fans and more power within an organization, which sees this as a way to please people and to build a healthier image in the eyes society in general. But social responsibility is above all the concern with the social environment, with people and with a more sustainable world. But that fact is combined with just a marketing strategy, or is there actually interest and concern for the environment and humans by companies?

Is the Social Responsibility to be used by companies with the desire to contribute to a better and more sustainable world, or only seen as a strategy to achieve a positive image, an image of a company concerned with the social environment and living standards people, with the target audience?

Social Responsibility is an obligation for all operators and should be carried out in order to establish that a gradual improvement in the quality of life, with a view to better society and a cleaner environment all have an obligation to carrying out, promoting action to ensure that these objectives are met and fulfilled.

However, sometimes, we know that in general, not always the case, in society there are still too many errors and too much lack of environmental awareness and decent working conditions, and many companies do not consider this same concern for the environment and its employees.

In this sense, that through an analysis of facts and an empirical approach and try to learn more about this issue.





## Índice:

Agradecimentos .....	iii
Título: A Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições .....	v
Resumo .....	v
Title: Social Responsibility in Companies/Institutions .....	vii
Abstract .....	vii
Índice: .....	ix
Introdução .....	11
Apresentação/Explicação da actividade da entidade estagiária .....	14
Constituição interna da empresa .....	15
A Experiência do Estágio .....	16
- Centro de especialização em desmaterialização e transacções materiais – CEDT .....	16
Expectativas e curiosidades .....	18
As tarefas realizadas e as dificuldades encontradas .....	20
Contextualização .....	23
O nascimento das Relações Públicas .....	23
O que se entende por Responsabilidade Social? .....	26
- A Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições .....	26
A questão de partida .....	28
- Para que implementam as Empresas/Instituições a Responsabilidade Social? .....	28
Caso prático do CEDT .....	30

Caso prático da Decisões e Soluções .....	32
Benefícios da aplicação da Responsabilidade Social nas .....	36
Empresas/Instituições .....	36
Considerações Finais .....	39
Referências Bibliográficas .....	43

## **Introdução**

A elaboração deste relatório/dissertação surgiu no âmbito do plano curricular do segundo ano do Mestrado em Ciências da Comunicação, área de Publicidade e Relações Públicas, da Universidade do Minho. Nele exponho uma reflexão e uma apreciação daquilo que foi a minha experiência no estágio curricular e faço também uma referência e abordagem acerca do papel da Responsabilidade Social nas instituições.

No que diz respeito ao estágio em particular, neste documento vou fazer uma pequena alusão àquilo que foi para mim a oportunidade de ter uma experiência profissional no CEDT, dificuldades e obstáculos com que me deparei, aspectos positivos e negativos do estágio, assim como todas as demais tarefas que me fizeram crescer, aprender mais, e preparar-me melhor para o mercado de trabalho.

Abordarei também todos os pontos tratados no estágio, assim como os resultados, as expectativas e as metas alcançadas. O presente documento trata deste assunto no capítulo intitulado “A experiência do Estágio”.

Após o término da minha experiência profissional no Centro de Excelência em Transacções Materiais, optei por elaborar o presente relatório numa perspectiva de síntese e recapitulação daquilo que foi o meu estágio, mas também aproveitei para realizar uma reflexão e consideração acerca da Responsabilidade Social nas entidades, uma vez que foi um tema que esteve presente durante o meu período de actividade enquanto estagiária no CEDT.

O assunto da Responsabilidade Social, no seio de uma Empresa/Instituição, foi um dos temas em questão. Desta forma, esta associação exercia a

preocupação com a Responsabilidade Social ao ter como principal finalidade o incentivo à desmaterialização. Esta escolha deve-se principalmente ao facto de este assunto em particular me agradar bastante, mas também ao facto de ser um tema, dentro das Relações Públicas, que ainda há relativamente pouco tempo não era muito explorado, mas que hoje em dia se verifica que está a ter, cada vez mais, um preponderante papel dentro das entidades.

E, cada vez mais, é notória e crescente a preocupação das Empresas/Instituições para com os bens sociais e dos seus trabalhadores em particular. Torna-se cada vez mais importante criar laços e relações com o meio social que envolve a entidade, para assim assegurar uma maior sustentabilidade no âmbito de uma preocupação ecológica e não apenas financeira e empresarial, e proporcionar melhores condições de vida e de lazer às pessoas. Então, após os três meses de estágio decidi encaminhar o meu relatório pela via da abordagem da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições. Este tema já desde a licenciatura em Ciências da Comunicação me tem vindo a despertar interesse, daí a minha escolha ter incidido sobre ele. Desta forma, e visto o meu interesse pelo assunto, de imediato me surgiram várias questões inerentes a esta problemática da Responsabilidade Social, e foram essas mesmas questões que serviram de ponto de partida para o meu estudo, nomeadamente a questão: “Para que implementam as Empresas/Instituições, no seio das mesmas, a Responsabilidade Social?”

Para responder a esta questão e dar continuidade ao meu ensaio, contei com o depoimento do Dr. Marcos Marques, gestor do CEDT e da Dra. Isabel Cambão, directora da agência Decisões e Soluções, de Viana do Castelo.

Para além do recurso a estas fontes, elaborei também o meu estudo recorrendo a bibliografia que considere pertinente. Esta discussão foi ordenada nos seguintes momentos:

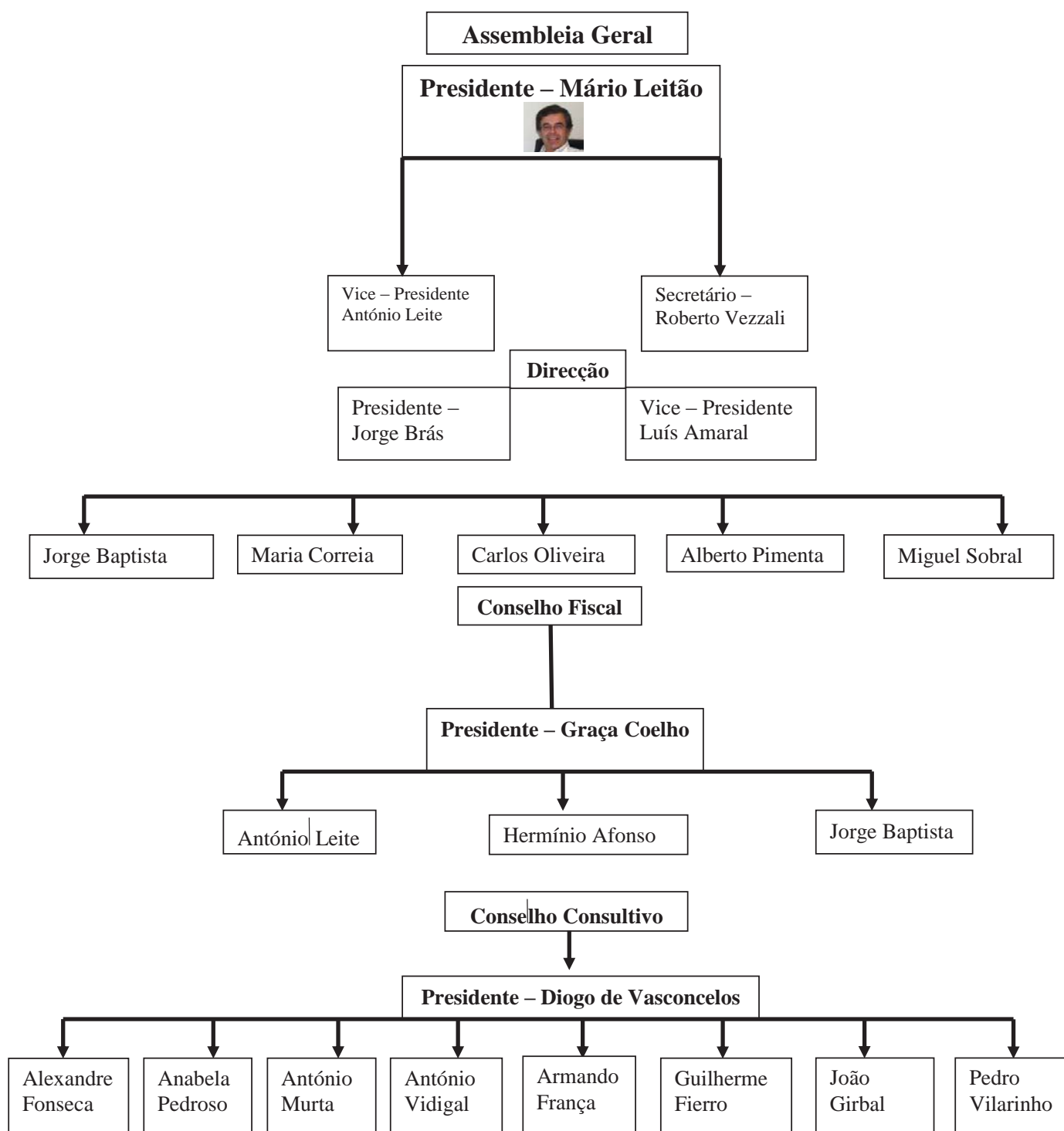
- O nascimento das Relações Públicas;
- O que é a Responsabilidade Social;
- A Responsabilidade Social no seio de uma Empresa/Instituição;
- A questão de partida: Para que implementam as Empresas/Instituições, no seio das mesmas a Responsabilidade Social?
- Caso prático do CEDT e da Decisões e Soluções (Como são aplicadas as estratégias da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições; Como é vista a Responsabilidade Social pelas Empresas/Instituições)
- Benefícios da aplicação da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições;

## **Apresentação/Explicação da actividade da entidade estagiária**

O CEDT visa a criação de um mercado tecnológico mais competitivo e com cada vez mais soluções no que diz respeito à desmaterialização de transacções. Pretende assim que Portugal se afirme e se distinga no exterior como um mercado sólido, inovador e competitivo. Deseja que a sua visão seja cumprida, para tal, a sua missão é promover a investigação e o desenvolvimento de projectos e de empresas da área das Tecnologias de Informação e Comunicação. Pretende fazer com que a competitividade entre as empresas aumente, criando assim mais e melhores soluções com vista a desenvolver e a aumentar os conhecimentos na área da desmaterialização de transacções, fazendo assim, com que o mercado tecnológico português se afirme, não só internamente, como também no exterior.

O CEDT tenta posicionar-se no mercado, no sector das Tecnologias de Informação e Comunicação, como uma organização pioneira no desenvolvimento e apoio das empresas da mesma área, fazendo com que estas cresçam e se assumam, cada vez mais, como empresas capazes de evoluírem e de estarem dia após dia mais avançadas e capacitadas no que diz respeito à área da desmaterialização de transacções.

## Constituição interna da empresa





## **A Experiência do Estágio**

### **- Centro de especialização em desmaterialização e transacções materiais – CEDT**

A instituição em questão trata-se da empresa CEDT. Existente no mercado desde 2006, começou na sua primeira fase por se afirmar como um pólo de software, liderado pela COTEC, tomando um rumo próprio a partir de 2008. A partir daí afirmou-se então no mercado com o nome de CEDT e passou, mais especificamente, a partir de Maio de 2008, a intitular-se como uma Instituição privada sem fins lucrativos. O CEDT conta actualmente com uma rede de 14 empresas da área das Tecnologias de Informação e Comunicação, as quais assumem competências líderes nacionais no que diz respeito à Desmaterialização de Transacções. Possui também quatro entidades associadas do Sistema Científico e Tecnológico Nacional. Entidade privada e sem fins lucrativos, tem como principal objectivo dedicar-se ao desenvolvimento tecnológico e à aposta nas tecnologias de informação e Comunicação, e, apesar de não ter fins lucrativos funciona como uma empresa em todo o resto da sua orgânica. Exerce assim um papel fundamental no progresso e na propagação da cultura, do hábito e da informação em Desmaterialização de transacções. Afirmando-se como um centro por excelência em desmaterialização de transacções, o CEDT procura incentivar as empresas a apostarem nas novas tecnologias e a desenvolverem projectos de índole tecnológica e com os mais recentes padrões de progresso nesta área. Aposta na promoção das empresas tecnológicas e no investimento de

competências por parte das mesmas, através do conhecimento e desenvolvimento da desmaterialização de transacções. A aposta e introdução de ferramentas e alternativas de tecnologias de informação e comunicação desmaterializadas possibilita uma mais valia às empresas, pois com a desmaterialização das TIC conseguem lucros para as entidades e aumentam também a qualidade de vida das pessoas.

“Cada vez mais as pessoas e os equipamentos estão ligados e comunicam entre si de forma electrónica, rápida e eficiente. A mobilidade é crescente e a comunicação também. Os dispositivos estão cada vez mais pequenos e inteligentes e, cada vez mais baratos e acessíveis. A procura do consumidor aumentou e a disponibilidade e a variedade da oferta cresceu exponencialmente. Os BITS mobilizam os átomos: mais produtos, mais serviços, mais transportes, mais viagens. Novos mercados estão a ser criados com o recurso a novas tecnologias e ferramentas TIC, novas formas de publicar conteúdos e de interagir com a web 2.0. “ in [http://www.cedt.eu/index.php?option=com\\_advfrontpage&Itemid=41](http://www.cedt.eu/index.php?option=com_advfrontpage&Itemid=41)

Projectos como os pagamentos electrónicos e a casa inteligente são alguns dos exemplos do campo de actuação e trabalho do CEDT. Com sede no Parque Empresarial de Braga, esta associação possui apenas dois funcionários a dedicarem-se exclusivamente e a tempo inteiro à empresa. Inserida numa área do mercado ainda com muito pouca projecção, visibilidade e conhecimento por parte do público em geral, esta associação tenta, apesar disso, comunicar a sua existência e o seu trabalho no mercado.

## **Expectativas e curiosidades**

Aquando do início do meu estágio encontrei-me com imensas expectativas. Desde a curiosidade em conhecer o local e o tipo de entidade onde ia estagiar, e sobretudo aquela ansiedade e desejo em contactar pela primeira vez com o mercado de trabalho. Sempre com imensas expectativas mas também com muitos receios, pois tinha plena consciência que seriam outras responsabilidades, iria contactar com o mercado de trabalho de uma forma directa e relacionar-me com profissionais e pessoas que me iriam fazer crescer e aprender mais, mas também exigir mais de mim. Desta forma, apesar das imensas expectativas e curiosidades que tinha acerca do estágio e de tudo o que era novidade para mim, estava absolutamente ciente que aquela seria uma etapa importante do meu percurso universitário, onde eu poderia ver complementado todo um trajecto académico e ainda poderia alargar o meu leque de conhecimentos e experiências.

Estava desejosa de pôr em prática tudo aquilo que aprendi e que me pudesse ser útil e necessário, assim como ver de perto as formas de actuar de uma entidade, principalmente tudo o que dizia respeito à implementação das Relações Públicas no seio de uma instituição.

Em relação às pessoas com quem iria laborar, também estava curiosa e ansiosa para as conhecer e para ter aquele primeiro contacto profissional. Esperava e via nelas um apoio e uma fonte de conhecimento e aprendizagem, ansiava que me facultassem todo o apoio necessário e me possibilitassem uma aprendizagem consistente, passando pelas várias e diferentes tarefas na área da Comunicação – Relações Públicas, dentro de uma Empresa/Instituição. E, nesse sentido, as expectativas foram superadas. Eram apenas dois colaboradores presentes na sede

do CEDT e o ambiente era o melhor. Desde a simpatia e boa disposição entre eles, assim como para comigo.

Logo a partir do primeiro dia mostraram-se disponíveis para me apoiar e auxiliar naquilo que eu necessitasse, desejando tanto quanto eu, que o meu estágio fosse o mais vantajoso possível.

## **As tarefas realizadas e as dificuldades encontradas**

No primeiro dia do meu estágio, dia 13.09.2010, logo pela manhã, o primeiro procedimento foi ter uma conversa com o meu orientador, Dr. Marcos Marques, gestor da associação. Foi-me apresentada a entidade e os princípios fundamentais do CEDT dos quais deveria ter conhecimento para começar a minha integração na equipa. A conversa foi curta e apenas me foi transmitido que estaria à vontade para tudo o que precisasse, e que de imediato se iria proceder à criação de uma conta de e-mail com o logótipo da entidade para mim, e se passaria a informar a direcção que a partir daquele momento contavam com um novo elemento na área da Comunicação, em regime de estágio curricular. Esta acção em particular agradou-me, uma vez que me fez pensar que não passaria ali despercebida e me fez sentir um pouco parte integrante daquela equipa, desta forma, considero que foi positivo para a minha integração. Fui ainda informada que apenas conheceria o outro elemento da empresa na segunda semana de estágio, uma vez que a Dra. Elsa se encontrava em licença de maternidade. Terminada a primeira conversa com o Dr. Marcos, este comunicou-me que teria uma secretária com um computador à disposição e deixou-me de imediato à vontade para a ocupar e fazer todo o trabalho que achasse pertinente. Nesse momento senti-me um pouco perdida. Uma grande dificuldade que encontrei, se não a maior dificuldade e desilusão foi saber que a entidade não possuía “gabinete de comunicação”. Nesse momento, em que percebi que não era desenvolvido todo um trabalho de comunicação, pois não tinham nenhum técnico da área, senti-me bastante desprotegida e isolada, pois não iria ter aquele apoio de um profissional de comunicação que me ensinasse e estivesse presente para mostrar os meus erros e fazer com que eu crescesse profissionalmente.

Foi para mim o pior momento do estágio, o início. Nos primeiros momentos não sabia o que fazer e naquilo que poderia ser útil para a associação, pois apenas me cederam uma secretária e deixaram-me à vontade para desenvolver o trabalho que eu achasse pertinente. E, foi neste momento que a ajuda e disponibilidade da minha orientadora, professora Doutora Helena Sousa, em ouvir e sugerir linhas condutoras para o meu estágio foi crucial. No entanto, numa fase posterior, cheguei à conclusão que o facto de não haver um departamento de comunicação da entidade, poderia ser bom para mim, pois havia todo um trabalho de comunicação que até à data não fora desenvolvido e vi aí uma oportunidade para desenvolver algo novo e para aprender a desembaraçar-me sozinha. A partir daí, o processo foi fluindo, comecei por fazer uma pesquisa profunda daquilo que era a associação, pois também uma grande dificuldade que tive, foi no sentido de perceber a função e orientação do CEDT, uma vez que não era uma “Empresa/Instituição muito comum”, mas sim uma associação sem fins lucrativos, o que me provocou alguma inquietação e dificuldade em perceber o seu sentido e a sua linha de actuação no mercado. Contudo, a partir do momento que realizei essa pesquisa comecei a conhecer melhor a entidade onde estava a estagiar e as dúvidas foram-se dissipando. De seguida achei por bem elaborar uma auditoria de Comunicação para o CEDT. Entre estas tarefas iam surgindo outras que me eram solicitadas pelo meu orientador. Todos os dias fazia actualização do site, colocando as notícias novas referentes ao CEDT, fazia clipping da imprensa, no sentido de estar a par de toda a actualidade e principalmente aquela considerada relevante para a entidade comunicar no seu site.

Entretanto também fazia todo um outro trabalho da área das Relações Públicas desde a análise swot da associação; prospecção de mercado – identificação, dentro do sector, de iniciativas que promovessem a desmaterialização, observação da actividade da rede de competências (empresas e entidades, e as suas soluções de desmaterialização); prospecção de conteúdos sobre o CEDT e as iniciativas em curso (projectos, eventos e parcerias); promoção do relacionamento com os mass media relevantes (identificação dos media relevantes para a área e angariação dos principais contactos); promoção do conhecimento do CEDT e o relacionamento com os media; promoção das publicações sobre o CEDT e a Rede de Competências nos media.

Durante o meu estágio tive também a iniciativa de proceder à elaboração de um boletim informativo para o CEDT, um boletim mensal que contemplasse todas as principais notícias da associação relativas a cada mês.

Tomei também a liberdade de criar um blogue para a associação, onde se divulgasse a actividade do CEDT, sendo assim mais uma das formas de comunicação da associação, chegando a um número mais vasto de pessoas, uma vez que me apercebi que ainda eram muitos aqueles que desconheciam a existência da entidade em questão.

De uma forma geral considero sem dúvida que este estágio foi produtivo para mim, apesar de não ter estado num ambiente e num meio profissional onde se elaborassem diariamente tarefas da área das Relações Públicas, e onde houvesse alguém da área que acompanhasse de perto o meu trabalho e a minha evolução, sinto que mesmo assim, apesar desses grandes inconvenientes, posso ressaltar aspectos positivos desta minha experiência, como o contacto com o mundo de trabalho e toda a experiência e o conhecimento que isso me proporcionou.

## **Contextualização**

### **O nascimento das Relações Públicas**

Ora, de um modo geral, as Relações Públicas tratam de criar e proporcionar a harmonia e o equilíbrio entre as organizações e os seus públicos com os quais interagem. O profissional de Relações Públicas tem portanto a missão de criar uma boa imagem e identidade da Empresa/Instituição, assim como trabalhar a opinião pública para que esta seja positiva. As Relações Públicas têm como principais objectivos a construção de uma reputação positiva da empresa/instituição/marca; gerir a relação das mesmas com os seus públicos; organizar eventos; entre muitas outras tarefas.

Os estudos não são consensuais no que diz respeito ao aparecimento das Relações Públicas, contudo, podemos salientar um aspecto importante que é o facto de já no seu início se verificarem atitudes e comportamentos a que podemos chamar Responsabilidade Social.

Em Portugal, no século XVI pode ser considerado um acto de Relações Públicas e também de Responsabilidade Social, o capítulo 59 do Regimento das Casas da Índia e Minas onde o rei recomenda “que sejam bem tratados os mercadores”. Porém, para muitos autores, as Relações Públicas podem vir já do tempo de Júlio César. Outros acham que terá sido Napoleão o seu pioneiro ao dar excelente relevância à imagem junto do público. No entanto, a maioria dos autores



são unânimes em afirmar que a Revolução Industrial marca o surgimento das Relações Públicas como uma prática com a finalidade de proporcionar um ambiente de entendimento e simpatia entre uma organização e os seus públicos. Ao nível dos profissionais desta área, podemos dizer que Ivy Lee foi o primeiro profissional que se destacou neste ramo. Por volta de 1906, a indústria de carvão, atravessava um período de duras greves e os principais representantes do patronato incumbiram no jovem todos os poderes para modificar e melhorar as relações entre o patrão, as suas empresas e o público. Ivy Lee, através de uma política de informação objectiva e verdadeira, criou um ambiente mais saudável entre patrões e empregados. No mesmo ano Lee revolucionou as relações das empresas com a imprensa ao facultar aos jornalistas o acesso à informação de todos os acontecimentos, positivos e negativos, que surgiam no seio das empresas.

Em Portugal as Relações Públicas apenas aparecem em 1960, mas quase apenas nas sociedades multinacionais. E no ano de 1968 foi fundada em Lisboa a SOPREP –, Sociedade Portuguesa de Relações Públicas. Posteriormente, dentro das Relações Públicas foram desenvolvidas várias áreas de actuação, e a Responsabilidade Social é uma delas, pois em tempos passados era impensável haver uma preocupação da Empresa/Instituição com o meio ambiente e com os seus colaboradores, pois estes eram vistos como máquinas e eram considerados meros focos para atingir o progresso da empresa, o lucro e o sucesso, sem que para isso se tivessem que preocupar com a parte humana das Empresas/Instituições.

Desta forma, tanto os valores como as práticas das organizações estão em constante mudança. Desde a altura da Revolução Industrial, abordada pela Teoria Clássica, onde as entidades não tinham qualquer tipo de consideração pela satisfação e pelo bem-estar dos seus colaboradores, até à actualidade, em que as Empresas/Instituições já se preocupam em ter culturas e práticas que cultivem o

bem-estar dos seus funcionários, a cultura empresarial percorreu um longo trajecto e sofreu bastantes alterações. E, é neste sentido que entra a Responsabilidade Social. No que diz respeito à necessidade de cultivar mais o bem-estar das pessoas, e do meio ambiente. E, é a esta preocupação que se dá o nome de Responsabilidade Social, tema que abordamos no capítulo seguinte.

## **O que se entende por Responsabilidade Social?**

### **- A Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições**

O conceito da Responsabilidade Social tem vindo a assumir um papel cada vez mais preponderante e relevante no dia a dia da nossa sociedade. E, mais especificamente, o tema da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições tem vindo a arrecadar mais adeptos e a ganhar mais notoriedade nos bancos das escolas e das entidades. No entanto, em relação à significação do tema esta torna-se um pouco vasta, sendo que podemos observar várias análises e pontos de vista de vários autores relativamente à questão e ao significado da Responsabilidade Social.

Para o autor Teixeira (2005) não há conhecimento da existência de um consentimento total relativamente à definição da noção de Responsabilidade Social, nem em relação à sua aceitação por parte dos gestores das organizações. Contudo, este autor relata que há uma aprovação idêntica à definição: “o grau em que os gestores de uma organização levam a cabo actividades que protegem e desenvolvem a sociedade para além do estritamente necessário para servir directamente os interesses económicos e técnicos da organização”. (Teixeira, 2005)

Fonte do Portal da Empresa considera que “A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) consiste na integração de preocupações sociais ou ambientais quer nas operações de todos os dias das organizações quer na sua interacção com a totalidade dos recursos humanos, clientes, investidores, fornecedores, autoridades locais, público em geral, etc.”

Pela a Comissão Europeia, no seu Livro Verde, a Responsabilidade Social das empresas é relatada como a “integração voluntária pelas empresas das preocupações sociais e ambientais nas suas actividades comerciais e nas suas relações com todas as partes.” (In LIVRO VERDE, Bruxelas, 2001)

“E a Responsabilidade Social das Empresas é o complementar das soluções legislativas e contratuais, a que as empresas estão ou podem vir a estar obrigadas, e que se aplicam a questões como por exemplo o desenvolvimento da qualidade de emprego, a adequada informação, consulta e participação dos trabalhadores, bem como o respeito e promoção dos direitos sociais e ambientais e a qualidade dos produtos e serviços.” (in PARECER DE INICIATIVA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS, Lisboa, 2003)

Desta forma podemos constatar que não existe uma única definição do conceito de Responsabilidade Social, no entanto, podemos afirmar que em termos gerais a responsabilidade social trata da preocupação com o indivíduo e com o ambiente que nos envolve. Mas, como não existe bem definido e delineado um conceito de Responsabilidade Social, o mesmo acontece com a sua implementação, ou seja, com a forma como esta é implementada ou não é implementada, tendo em conta os objectivos, interesses e preocupações das Empresas/Instituições. E, foi nesse sentido que me debrucei para a elaboração deste documento, no sentido de tentar perceber se as empresas/instituições desenvolvem ou não desenvolvem a Responsabilidade Social na sua cultura, e de que forma e com que objectivos o fazem.

Abordamos então que tipo de preocupação é essa, se é uma verdadeira preocupação com o bem-estar das pessoas e do ambiente, ou se é apenas uma preocupação em atingir os resultados desejados em termos de lucro e sucesso financeiro, utilizando para isso o meio da Responsabilidade Social como estratégia empresarial/institucional.

Partimos assim para a questão primordial deste estudo.

## **A questão de partida**

### **- Para que implementam as Empresas/Instituições a Responsabilidade Social?**

Após terminar e reflectir sobre o meu estágio, e sendo o CEDT uma entidade cuja maior parte da sua actividade está ligada à Responsabilidade Social, uma vez que o seu objectivo primordial é trabalhar a desmaterialização, vi nesta questão um tema interessante e pertinente para abordar no meu relatório de estágio.

A problemática da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições tem vindo a ganhar cada vez mais força e adeptos. Nos últimos anos tem ganho bastante visibilidade e notoriedade nas entidades que desejam acima de tudo melhorar a sua imagem e reputação. Aliado a esta importância e preocupação em tornar a imagem das Empresas/Instituições mais positiva e credível, está também a preocupação em diminuir a exploração infantil, os maus-tratos a seres humanos e as práticas ambientais inaceitáveis.

Contudo, como sabemos, o principal objectivo dos gestores das Empresas/Instituições é criar riqueza, práticas de negócio rentáveis, lucros e sucesso no negócio. Desta forma, e de um modo geral, observar a implementação da Responsabilidade Social nas entidades como algo prioritário é algo que pode ou não verificar-se. No entanto, é crescente a preocupação com esta problemática e a consciência de que é necessário criar um mundo empresarial/institucional mais responsável, podendo-se observar que "nas últimas décadas do século XX, a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) impôs-se como um dos temas mais amplamente debatidos no campo da gestão, envolvendo académicos, políticos,

empresários e a sociedade em geral", como refere o autor Filipe Almeida no seu livro intitulado de "Ética, valores humanos e Responsabilidade Social das empresas".

Para além da questão primordial de partida para a análise deste estudo, procurei também, através da abordagem aos dois casos práticos que se seguem, chegar a uma conclusão relativamente ao facto de saber, como é a responsabilidade social, e suas estratégias aplicadas e como vêm as Empresas/Instituições a Responsabilidade Social, isto depois de verificar se é implementada nas entidades em análise.

## **Caso prático do CEDT**

No caso do Centro de Excelência em Desmaterialização de Transacções, entidade do meu estágio e segundo Marco Marques, gestor da Associação, as actividades do CEDT cooperam e muito para a Responsabilidade Social, pois a associação contribui para a utilização de menos papel, “promovendo a adopção de documentos e comunicações digitais; para a melhoria das condições de trabalho/ justiça social no emprego, com a adopção de sistemas informatizados mais eficientes e modernos; para a maior justiça social, com a promoção da factura electrónica e do desenvolvimento de sistemas de detecção de evasão fiscal; para a melhoria económica do país e para a promoção da realização de projectos em cooperação entre pessoas e entidades.” (Marques, entrevista: 16.11.2010) \*

Desta forma, e segundo Marco Marques, o CEDT contribui para a Responsabilidade Social, contudo, não é essa a sua prioridade ao planear um serviço, ou seja, o ponto primordial quando a associação pensa num projecto é a sua rentabilidade e perspectiva de sucesso em termos empresariais/institucionais, em questões de lucro e posteriormente sim, mediante o projecto em si, pode pensar-se em faze-lo e desenvolve-lo tendo em conta o meio ambiente, a sociedade, ou seja, num carácter de Responsabilidade Social. “Agora podemos dizer que o CEDT faz muito isso, mas é porque no fundo a consciência ambiental e a poupança dos recursos naturais, acaba por estar inerente àquela que é a actividade do Centro de Excelência em Desmaterialização de Transacções. Mas, por vezes as empresas nem sempre empregam a sua actividade na perspectiva da responsabilidade

social, e o mesmo acontece connosco, mas podem empregar com consciência que os projectos que desenvolvem podem contribuir para uma maior responsabilidade social.” (Marques, entrevista: 16.11.2010)

E, no caso do CEDT, a mesma fonte refere que não dedicam logo à priori tempo a pensar nos seus projectos numa perspectiva de Responsabilidade Social, contudo, preocupam-se em trabalhar os projectos no sentido de estes serem úteis para a associação e ao mesmo tempo, se possível, não prejudicarem o meio social e o meio ambiente. E quando abordado sobre a questão primordial deste estudo, Marcos Marques não hesita e profere: “relativamente ao motivo que leva as empresas ou instituições a implementarem a Responsabilidade Social no seio da sua cultura, infelizmente, e segundo a experiência que tenho, a maioria dos gestores e administradores delas, ainda o faz muito por questões estratégicas, e de marketing, e não a pensar realmente no bem da sociedade e das pessoas”. (Marques, entrevista: 16.11.2010)

Desta forma, verifica-se uma utilização da Responsabilidade Social por mero interesse e como um mero meio para atingir um fim.

\* Entrevista presencial realizada a Marcos Marques, Gestor do CEDT, no dia 16.11.2010



## **Caso prático da Decisões e Soluções**

A outra Empresa/Instituição escolhida para a elaboração deste estudo foi a Decisões e Soluções. Sendo uma entidade de consultoria financeira com grande prestígio no mercado e com uma imagem de credibilidade e confiança a manter, pois actua numa área de negócio bastante delicada e exigente por parte do cliente, e o facto de também praticar a Responsabilidade Social no seio da sua cultura empresarial, foram motivos que me levaram à escolha e abordagem desta mesma organização para o meu ensaio.

Na opinião de Isabel Cambão, Directora da agência da Decisões e Soluções de Viana do Castelo, entendendo “a Responsabilidade Social como acções que são levadas a cabo em benefício da sociedade onde nos inserimos, sobre a qual temos a obrigação de contribuir positivamente para a resolução de problemas sociais, económicos, ambientais etc., sem que haja em troca qualquer benefício económico-social ou fiscal”, (Cambão, entrevista: 18.05.2011) \* revela-se de extrema importância a inclusão da Responsabilidade Social no seio das Empresas/Instituições, uma vez que estas acções contribuem para o interesse delas próprias e funciona também como uma obrigação moral para com a sociedade, que lhe permite exercer a sua função produtiva e criar riqueza.

E, quando abordada acerca da questão de partida deste estudo, a directora da agência não tem dúvidas e diz que “as empresas implementam a Responsabilidade Social para efeito de visibilidade na sociedade onde se inserem, mas também para melhoraram as condições de vida quer dos seus colaboradores quer dos seus clientes.

Podemos concluir que, todas as empresas que têm responsabilidade social e têm uma maior preocupação com a sociedade e com o seu meio envolvente, são empresas que também conseguem uma maior projecção, pois conquistam junto da sociedade uma distinção positiva pelo bem que fazem à população.

As empresas que não praticam a responsabilidade Social, podem-no fazer por um incremento de custos, que muitas vezes pode acarretar, apesar de na minha opinião estes custos poderem ser ultrapassados, se pensarmos que estas, podem aumentar a sua visibilidade e produtividade. Outras vezes, e penso que é o que mais acontece, as empresas não implementam a responsabilidade social por falta de sensibilidade aos problemas das pessoas e da sociedade que os rodeiam.” (Cambão, entrevista: 18.05.2011)

Ainda em entrevista, Isabel Cambão refere que as empresas têm a obrigação de se inserirem de uma forma responsável no seu meio social, levando a cabo acções que melhorem os problemas sócio económicos do meio envolvente e contribuindo para melhorarem a sua imagem junto dos consumidores. “Devem assumir um papel mais activo na resolução dos problemas da sociedade, uma vez que têm mais recursos disponíveis para poderem levar a cabo acções de beneficência no meio envolvente.

A inclusão da Responsabilidade Social nas instituições prende-se com o facto das entidades empregadoras, cada vez mais, se preocuparem com o bem-estar dos colaboradores e familiares.” (Cambão, entrevista: 18.05.2011)

Contudo, e indo de encontro à questão de partida deste estudo, segundo a directora da agência da Decisões e Soluções, “existem vários motivos que pesam quando uma empresa resolve praticar a Responsabilidade Social, um dos quais prende-se com a melhoria da imagem junto dos consumidores, outro com o aumento da produtividade, pois empresas que se preocupam mais com os seus colaboradores, acabam por beneficiar quer em termos de aumento da produtividade, quer em termos de diminuição”, (Cambão, entrevista: 18.05.2011)

pois colaboradores que vêem os seus problemas ultrapassados tornam-se mais produtivos e menos faltosos, uma vez que a empresa participa na resolução de problemas de índole social e pessoal.

“As organizações inseridas na sociedade têm o dever moral e social de se preocuparem com a Responsabilidade Social pois em primeiro lugar têm a obrigação de contribuírem para a resolução dos diversos problemas da sociedade onde se inserem, bem como dos colaboradores que as ajudam a criar riqueza. A responsabilidade Social das instituições permite também que estas sejam bem aceites pela sociedade, que minorem os efeitos menos positivos dos meios onde operam, nomeadamente os problemas a nível ambiental. A prática de responsabilidade Social pelas empresas revela uma atitude responsável atenta aos problemas da sociedade, que deve ser tida em conta, numa óptica competitiva, pois devemos considerar, que uma entidade que demonstra comprometimento no melhoramento da qualidade de vida dos seus colaboradores e da sociedade onde se insere, também deve ser beneficiada em termos de produtividade dos seus colaboradores. Podemos concluir que maior responsabilidade social irá reflectir-se numa diminuição do absentismo e consequente aumento da produção quer qualitativamente quer quantitativamente.” (Cambão, entrevista: 18.05.2011)

No caso em particular da Empresa/Instituição onde opera, a directora da agência da Decisões e Soluções diz que esta entidade “contribui fortemente a nível da Responsabilidade Social, e não só a nível nacional, como também a nível local.” (Cambão, entrevista: 18.05.2011)

A própria actividade da empresa tem uma vertente social muito elevada, pois contribui para aconselhar as pessoas através da negociação das suas prestações de crédito junto das diversas instituições bancárias, quer através da redução dos prémios de seguros pagos, contribuindo desta forma, para a melhoria de vida dos seus clientes. Toda a análise é feita a custo zero, e só são cobrados honorários, se efectivamente houver poupança nas suas prestações bancárias. Desta forma, a

entidade "acaba por contribuir positivamente para um melhor esclarecimento da população em geral e para informá-las dos contratos que assinaram com as instituições bancárias que por vezes não são favoráveis. A nível Nacional a Decisões e soluções Consultores Financeiros, Lda. contribui com 15€ para a Fundação Casa do Gil, esta campanha contribui para a projecção positiva da imagem da empresa que neste momento, ocupa uma posição de liderança face ao seu modelo de negócio, bem como melhora a condição de vida de muitas crianças a nível nacional. Localmente, também vai fazendo campanhas de angariação de fundos para as várias instituições locais, disponibiliza-se para a realização de palestras sobre endividamento, e promove a diminuição do endividamento, calculando caso a caso a taxa de esforço de cada família.

Na minha opinião, apesar da Decisões e Soluções, Consultores Financeiros, Lda., prezar muito a sua imagem e o facto de contribuir activamente para a Fundação Casa do Gil e isso lhe trazer benefícios a nível promocional, acredito que toda a campanha realizada é feita de uma forma sustentada e com o objectivo primordial de ajudar uma Instituição que tanto faz pela sociedade. O próprio modelo de negócio em que a Decisões e soluções assenta, denota uma certa Responsabilidade a nível social, pois só são cobrados honorários contra resultados, logo muito do trabalho de aconselhamento é feito sem qualquer recompensa financeira, e não é por isso que deixamos de prestar um serviço de qualidade". (Cambão, entrevista: 18.05.2011)

\* Entrevista presencial realizada a Isabel Cambão, Directora da Agência da Decisões e Soluções de Viana do Castelo, no dia 18.05.2011

## **Benefícios da aplicação da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições**

A actuação por parte das Empresas/Instituições ao colocarem em prática a Responsabilidade Social pode ser observada de várias formas. Sendo elas consideradas “os principais agentes de produção de riqueza na comunidade, fornecem os empregos – com qualidade também dependente do investimento em Responsabilidade Social, os investimentos e os impostos.” (in PARECER DE INICIATIVA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS, Lisboa, 2003)

Desta forma, as Empresas/Instituições podem actuar na área da Responsabilidade Social de várias formas. E, tendo em conta que o objectivo é não só trabalhar para um mundo melhor e mais sustentável mas também conseguir criar uma boa imagem da Empresa/Instituição em questão, a Responsabilidade Social traz por isso bastantes benefícios para aqueles que a põem em prática. E, segundo o mesmo livro, “contrariando alguns preconceitos ainda em voga, a Responsabilidade Social gera bons resultados, vantagens, lucros e crescimento das próprias empresas e da economia em geral.”

A responsabilidade Social pode ainda contribuir para mais emprego e para uma maior coesão social. Ainda a mesma fonte refere que “têm sido realizados estudos que mostram a existência de uma correlação positiva forte entre a longevidade das empresas e o investimento no desenvolvimento sustentável.”

Desta forma, os efeitos da Responsabilidade Social são inúmeros. A Responsabilidade Social contribui para um melhor funcionamento do

mercado, melhor funcionamento da concorrência, mais equidade e estabilidade no mercado, mais confiança e segurança nos produtos e nos serviços. As Empresas/Instituições ao implementarem a Responsabilidade Social também ganham prestígio, pois “o prestígio é hoje um bem de valor económico inestimável e pode beneficiar do investimento social e ecologicamente responsável.” (In PARECER DE INICIATIVA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS, Lisboa, 2003)

De outra forma, a Responsabilidade Social empregue no seio de uma Empresa/Instituição contribui também para que as pessoas tenham uma imagem de maior credibilidade dessa mesma entidade, uma vez que realizam e põem em prática acções consideradas ética e socialmente correctas, melhorando assim a sua imagem perante a população e a sociedade em geral.

Neste sentido, a Responsabilidade Social pode actuar positivamente e beneficiar a sociedade em diversos aspectos, desde a defesa e perseverança dos direitos humanos no trabalho e defesa do meio ambiente, contribuindo assim para um mundo melhor e mais sustentável.

“A Responsabilidade Social promove a lealdade e fidelidade de consumidores que se orientam por valores-chave como a honestidade, a confiança, a verdade, o respeito pelo ambiente e a equidade” (in PARECER DE INICIATIVA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS, Lisboa, 2003)

Outro dos benefícios que a Responsabilidade Social traz para as Empresas/Instituições é o benefício da poupança, ou seja, uma entidade que saiba aproveitar os recursos do ambiente poupará mais em energia e não só, do que outra que não o faça, temos o exemplo do caso prático do CEDT, abordado neste estudo, que ao proceder à desmaterialização dos documentos está a preservar o meio ambiente e a poupar em bens materiais, usando as tecnologias de informação e comunicação para os substituir; Ainda segundo o mesmo livro “uma empresa que investe na qualidade do ambiente tem maiores hipóteses de

poupar em energia, em despesas e com a eliminação de resíduos e emissões poluentes, assegura melhor o acesso futuro aos recursos naturais e torna o seu território mais saudável. Com isso beneficia não apenas a empresa, mas toda a gente.”

O investimento e a preocupação com a saúde, segurança e higiene também traz mais valias para a Empresa/Instituição que o faz, pois, de acordo com o livro PARECER DE INICIATIVA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS, os “ambientes organizacionais favoráveis à aprendizagem aumentam a produtividade e a qualidade dos produtos e serviços”.

Uma entidade que se preocupe com o bem-estar dos seus colaboradores vai beneficiar com esse investimento, pois a curto ou médio prazo vai poder contar com colaboradores mais motivados e mais predispostos a dedicarem-se a novas tarefas; mais fiéis, mais produtivos e com um ambiente de trabalho mais saudável. A implementação da Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições pode, no âmbito da preocupação ambiental e humanitária, ter em atenção e em vista a preservação do meio ambiente e da preocupação com o ser humano, oferecendo-lhe condições aceitáveis e dignas no trabalho.

## **Considerações Finais**

Após esta reflexão e análise a este tema da Responsabilidade Social das Empresas/Instituições conclui que este é um assunto que apesar de ainda controverso, está cada vez mais em voga e a ser alvo de discussão e implementação.

Das maiores dificuldades que tive na elaboração e análise desta problemática foi o facto de as opiniões relativas a este tema ainda divergirem bastante.

Para uns a Responsabilidade Social é apenas a aplicação voluntária de práticas amigas da humanidade e do meio ambiente, para outros é unicamente a criação de parcerias e de pactos com entidades terceiras e com a obrigação de responderem a determinadas exigências a que estão ou podem vir a estar obrigados. Desta forma, à Responsabilidade Social nas Empresas/Instituições acresce a Responsabilidade a que por vezes estas organizações têm que responder perante exigências da Comissão Europeia. No entanto, existem aquelas Empresas/Instituições que integram a Responsabilidade Social como uma componente importante e necessária para a cultural da sua entidade e das preferências que têm para o desenvolvimento empresarial/institucional, revelando-se este aspecto muito mais valorizado e importante do que propriamente a resposta a problemas relacionados com a imagem e a reputação.

Durante este meu estudo procurei centrar o tema da Responsabilidade Social das Empresas/Instituições na questão do motivo, ou seja, o porquê, e como implementam as Empresas/Instituições a Responsabilidade Social. E, desta feita, cheguei à conclusão que para muitas entidades empregadoras, a



Responsabilidade Social ainda é vista como um “fardo” e não como um benefício e um auxílio para o sucesso e bem-estar da própria organização.

Nos dois casos práticos que tive a oportunidade de estudar, tanto no caso do Centro de Excelência em Desmaterialização de Transacções Materiais, como no caso da Decisões e Soluções, cheguei à conclusão que a Responsabilidade Social não é implementada nunca de uma forma prioritária, ou seja, não se pensa a cultura e a actuação da Empresa/Instituição numa perspectiva de Responsabilidade Social, mas sim numa perspectiva de lucro e benefício para a entidade, contudo, pensa-se na Responsabilidade Social numa fase secundária, ou seja, se for possível articular o útil (sucesso e lucro da Empresa/Instituição) ao agradável (preservar o meio ambiente, a sociedade e as condições humanas dos trabalhadores) tanto melhor, contudo, Responsabilidade Social não é sinónimo de prioridade.

Assim sendo, a Responsabilidade Social, na minha opinião, ainda tem um longo caminho a percorrer até ser encarada pelas entidades empresariais/institucionais não só como um mero meio para atingir diversos fins, mas sim como uma atitude imprescindível a ter dentro do seio de uma entidade. E, ao que me foi possível concluir e observar com a análise deste trabalho, a Responsabilidade Social ainda está longe de ser encarada desta forma pela maioria das Empresas/Instituições, uma vez que na minha opinião, uma entidade só está realmente a preocupar-se por esta matéria no momento em que se verifica na mesma uma adopção de três tipos de responsabilidades e encargos relativamente a três áreas fulcrais, a sociedade, o ambiente e a economia.

Contudo, com a elaboração desta dissertação também me foi possível constatar, através da bibliografia que utilizei para aprofundar o assunto, que apesar de ainda pouco implementada nas Empresas/Instituições portuguesas, a Responsabilidade Social vai sendo desenvolvida, pois cada vez mais as entidades se vão deparando com os desafios provenientes de um meio ambiente que devido

às consequências da globalização se encontra em transformação e em constante mudança. Assim sendo, as Empresas/Instituições e os próprios responsáveis pelas entidades empresariais/institucionais vão tendo a percepção e a noção que a Responsabilidade Social é uma forma de adquirir fins económicos rentáveis e de forma directa. No entanto, aqui entra a prioridade das Empresas/Instituições, uma vez que a principal preocupação destas seja o lucro. Essa é sem dúvida a sua primeira necessidade e imposição, mas, aqui é que está o cerne da questão. As entidades empresariais/institucionais podem pensar em simultâneo nos rendimentos, sucessos financeiros, numa melhor sociedade e num ambiente mais sustentável. Isto mediante o negócio, pensar que o podem fazer ao cooperar para a integração e implementação da Responsabilidade Social numa perspectiva de investimento estratégico da Empresa/Instituição, uma vez que como já analisámos, Responsabilidade Social pode significar poupança, ou seja, ao adoptarmos medidas de Responsabilidade Social podemos ao mesmo tempo estar a poupar em determinados recursos materiais.

“Assim, à semelhança da gestão da qualidade, a Responsabilidade Social de uma empresa deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo.”  
(In LIVRO VERDE, Bruxelas, 2001)

Para terminar, constatamos que vai sendo “cada vez maior o número de empresas europeias que promovem estratégias de Responsabilidade Social como reacção a diversas pressões de natureza social, ambiental e económica.” (In LIVRO VERDE, Bruxelas, 2001)

E também são igualmente mais as empresas/instituições que “reconhecem de forma gradualmente mais explícita a responsabilidade social que lhes cabe, considerando-a como parte da sua identidade. Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afectadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados.” (In LIVRO VERDE, Bruxelas, 2001)

Por último gostava apenas de referir a importância e o prazer que a realização deste trabalho me deu. Quando optei pela licenciatura em ciências da Comunicação vi nas Relações Públicas uma das minhas áreas de eleição, o facto de poder comunicar com vários públicos e trabalhar a imagem de diferentes entidades e produtos, tornando-os melhores e mais conceituados no mercado, através da magia da comunicação e da publicidade, sempre despertou em mim bastante interesse e entusiasmo. E, fico bastante satisfeita ao ver que cada vez mais as Empresas/Instituições se preocupam com a prática de Relações Públicas e reconhecem o valor de ter alguém dentro da organização a tratar da imagem da mesma, reservando por isso um lugar no funcionamento da entidade para a comunicação e as práticas relacionadas com a mesma. Mais me congratulo com a aposta numa das muito importantes áreas dentro das Relações Públicas, que é a Responsabilidade Social, e em ver que esta está cada vez mais a tomar um rumo importante e preponderante na cultura das organizações, pois é para mim uma área de importante actuação muito pelo seu contributo para que o mundo e o ambiente em que estamos inseridos seja mais justo e mais saudável.

Desta forma congratulo-me pela aposta que as Empresas/Instituições fazem na área da comunicação e gostaria num futuro próximo de desenvolver uma actividade que me desse a liberdade e a oportunidade de realizar todo um trabalho de comunicação, Relações Públicas no seio de uma organização.

## **Referências Bibliográficas**

- Almeida, f. (2010). Ética, valores humanos e Responsabilidade Social das empresas. 1ª edição, Cascais
  
- Amorim, Vera, “Estudo da Divulgação de informação acerca da Responsabilidade Social Empresarial” dissertação de mestrado
  
- APSIOT – Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial das Organizações e do trabalho, “Competitividade, Responsabilidade Social e Qualidade de Vida, IX encontro nacional de sociologia industrial, das organizações e do trabalho ( CD )
  
- Editor: Conselho Económico e Social “Parecer de iniciativa sobre a Responsabilidade social das Empresas” série pareceres e relatórios Lisboa, 2003, relator conselheiro Vítor Melícias
  
- Ferreira, Waldir, “A moda agora é comunicação integrada”, retirado em 30.03.11 de:  
<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/conceituais/0030.htm>

- Greener, Tony, (1995) “Imagen y Relaciones Públicas”, Madrid, Pirâmide, S.A.
  
- Kunsch, Margarida, (1986) “Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada”, São Paulo, Summus
  
- Livro Verde, Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas, Bruxelas, 2001 - retirado em 30.03.11 em [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001\\_0366pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf)
  
- Lloyd, Herbet e Lloyd, Peter (1988) “Relações Públicas, as técnicas de comunicação no desenvolvimento da empresa”, Presença
  
- Lorenzetti, Valentim, “A boa imagem começa em casa”, retirado em 30.03.2010 de:  
<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/debates/0039.htm>
  
- Palma, Jaurês, (1994) “Jornalismo Empresarial”, Porto Alegre, Sagra-DC Luzzatto

- Pereira, Ricardo, “Relações Públicas com o público interno” retirado em 30.03.2010 de:

<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/tecnicos/0034.htm>

- Portal da Empresa, retirado em 31.03.11 de: [www.portaldaempresa.pt](http://www.portaldaempresa.pt)

- Relações Públicas, retirado em 29.03.10 de:

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Rela%C3%A7%C3%B5es\\_p%C3%ABlicas](http://pt.wikipedia.org/wiki/Rela%C3%A7%C3%B5es_p%C3%ABlicas)

Retirado em 31.03.11 de:

<http://www.bcsdportugal.org/content/index.php?action=detailFO&rec>

- Retirado em 30.03.11 de:

[http://www.cedt.eu/index.php?option=com\\_advfrontpage](http://www.cedt.eu/index.php?option=com_advfrontpage)

- Retirado em 31.03.11 de:

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/employment\\_rights\\_and\\_workorganisation/n26034\\_pt.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/employment_rights_and_workorganisation/n26034_pt.htm)

- Teixeira, S. (2005) Gestão das Organizações, (S/L) McGraw-Hill

